

IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN BERBASIS *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* (AI) DALAM PARADIGMA ISLAM PADA ALFI HURAIYAH HIJAB

Nur Aisyah Rahmi Suaida

422021428044

ABSTRAK

Pemasaran berbasis Artificial Intelligence (AI) telah menjadi inovasi penting dalam strategi bisnis modern. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji implementasi strategi pemasaran berbasis AI dalam paradigma Islam pada Alfi Huraiyah Hijab. Metodologi yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Alfi Huraiyah Hijab telah menerapkan strategi pemasaran berbasis AI dalam beberapa aspek, seperti penggunaan chatbot untuk berinteraksi dengan konsumen, analisis data untuk memahami preferensi konsumen, dan optimalisasi promosi melalui platform digital. Implementasi AI ini membantu meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat respons terhadap permintaan pelanggan, serta memperkuat interaksi dengan konsumen. Meskipun demikian, penerapan teknologi ini masih terbatas pada beberapa fungsi dan belum sepenuhnya diintegrasikan ke seluruh proses bisnis. Dalam perspektif Islam, strategi pemasaran yang diterapkan di Alfi Huraiyah Hijab juga memperhatikan prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan, serta menghindari unsur gharar dan tadlis yang dapat merugikan salah satu pihak. Kesimpulannya, penerapan AI pada strategi pemasaran tidak hanya memberikan manfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan daya saing dan kinerja, tetapi juga dapat disesuaikan dengan nilai-nilai etika Islam untuk menciptakan praktik bisnis yang lebih berkelanjutan.

Kata kunci: *Marketing strategy, Artificial Intelligence, Chatbot, Islamic paradigm, Alfi Huraiyah Hijab.*

UNIDA
GONTOR
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

**IMPLEMENTATION OF MARKETING STRATEGIC BASE ON
ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) IN THE ISLAMIC PARADIGM ON
ALFI HURAIYAH HIJAB**

Nur Aisyah Rahmi Suaida

422021428044

ABSTRACT

Artificial Intelligence (AI) based marketing has become an important innovation in modern business strategies. This study aims to examine the implementation of AI-based marketing strategies within the Islamic paradigm at Alfi Huraiyah Hijab. The methodology used is qualitative research with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The research findings indicate that Alfi Huraiyah Hijab has applied AI-based marketing strategies in several aspects, such as the use of chatbots to interact with customers, data analysis to understand consumer preferences, and optimization of promotions through digital platforms. This AI implementation helps improve operational efficiency, speed up responses to customer demands, and strengthen consumer engagement. However, the application of this technology is still limited to certain functions and has not yet been fully integrated into the entire business process. From an Islamic perspective, the marketing strategies applied at Alfi Huraiyah Hijab also consider sharia principles such as honesty, responsibility, and fairness, while avoiding elements of gharar and tadbis that could harm any party. In conclusion, the application of AI in marketing strategies not only benefits the company in enhancing competitiveness and performance but can also be aligned with Islamic ethical values to create more sustainable business practices.

Keywords: *Marketing strategy, Artificial Intelligence, Chatbot, Islamic paradigm, Alfi Huraiyah Hijab.*

UNIDA
GONTOR
UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR